


回									
覧									

平成19年3月15日 第120号

<p><明日を創造する></p> 	<p>発行：社団法人農協流通研究所 〒103 0014 東京都中央区日本橋蛸殻町 1-38-9 TEL(03)5643(3675) FAX(03)5643(3688) 発行責任者：間宮 洋一</p>
--	---

メリハリは陳列と演出の使い分け

「入口で演出効果を高める」という提案をしたが、なぜ入口が大切かを理解するとそのポイントがわかる。1つは、入口が最も注視力が高いからです。もう一つは、演出と陳列の違いを理解する事です。演出によって提案をし、陳列で商品の価値を伝える。具体的テーマを絞り、見ってもらうのが演出の効果です。陳列は商品の特性を見せることです。これを理解し、メリハリをつけた売場作りをつくる。売場にメリハリをつけることで、顧客の回遊距離が長くなり滞留時間が延びる。お客さまの滞留時間が伸びれば、売上も上がる。メリハリをつけるために、「演出」と「陳列」の効果を使い分けてみる必要があります。

区分	何を伝える	何を見せる	場所
陳列	商品価値	商品特性	定番・平台
演出	商品提案	テーマ	入口・コーナー

さらに、「演出」は商品をお客さまに魅力的に

急げ作業改善

日々社会が動き、小売を取り巻く環境もそれにあわせ大きく変わる中で、変わっていないものがある。それがスーパーマーケットの青果の作業内容であるとオフィスフジイ 藤井先生は提言した。

実際、いろいろな面で店舗運営のコストがかかってきます。人時の生産性を上げなければ、今後スーパーマーケットの運営は成り立ちません。作業内容を見直して、作業の種類を減らし、やり方を変える、マテハンの導入、一人ひとりの作業能力アップが対応策です。

* 青果の作業の問題点 季節ごとの特売品

見せるよう表現する事であり、「陳列」は商品を選んで購入してもらう場と捉えると良い。

「演出」を効果的にするためには、顧客に見てもらいたいという意図を持って訴求することです。つまり、「提案」です。「提案」が在る売場がお客さまから支持されます。そのとき出来るだけ具体的なテーマを設定するのがよい。例えば、「春の行楽」、「春の献立」とするよりは、「春の旅行」、「春のてんぷら材料」という具合です。テーマが定まったら、場面、誰に提供するのか、どのような商品利用を想定するのかターゲットを決め条件を詰める。その後、実際の商品を選び組み合わせをし、何に主眼を置いてディスプレイするのかを決めていく。「演出」はお店の意図をお客さまに伝える場なので、一番目に付く最高の場所で展開するのが良いという事でまずは入口重視です。

の出回りによる変動 価格の変化(相場)に連動した変動 売り方の変化に連動した変動 が多い事です。実際これらにうまく対応し、売り方(季節の変化対応、価格設定、バラ、徳用袋での販売等)が変わらなければ、売上も上がりません。本来やるべき事が確実にできていないことが問題です。青果の作業は、鮮魚や精肉と比べると10倍物を動かす作業が多くなる。去年のやり方がそのまま通用しない、相場も物も変わっているだから変えなければ売上も上がらない。

* 青果部門の作業区分 固定作業(発注、事

務処理、清掃、チェック事項他・・・) 変動作業(商品加工、商品作り、値付け、陳列・補充、仕越し等)に分ける。青果部門は、この変動作業(単純作業)が他の生鮮部門より多く発生するのが特徴です。

だからこそ、**変動作業**(バーコード貼り、袋詰め、陳列・補充)の作業量(増えてしまうから)を変えない限り、流れに合わせていると、本来やらなければいけない作業がおろそかになってしまう。ミーティング、計画立案、商品の品質管理、鮮度管理の作業が充分に出来ないことになり、だだ忙しいことになり生産性が上がらない原因になる。

* **改善課題** 作業をもっと楽にして売上を作る仕組みづくりが求められる。システムを変える(POSの活用も含む) 現場作業を楽にする マテハン(機械・道具の活用) 物流・商流(カート、コンテナ配送) 売場の規模 売場の仕様を変える。

* **実際の作業実態** 加工、値付けなしで陳列する商品 加工したものに値付けして陳列する商品 値付けし陳列する商品 にかけてデータを取ってみると に対する比率 A社 53.3% B社 62.7% C社 64.6% に対する比率 A社 24.4% B社 15.5% C社 19.2% に対する比率 A社 22.3%、B社 21.8%、C社 16.8% の値付けして

出す商品は、企業で多少差はあるが**ほぼ2割**ある。たとえば、バーコードがすべての商品についていれば(特に苺がほとんど付いてない)、この分の作業時間が浮き、クレンリネス、商品管理も出来ることになる。

* **作業時間の計測** 標準時間を出してみると、加工作業は野菜1点30秒、果実1点45秒、値付け作業は、野菜・果実ともに4秒 陳列作業は、野菜・果実 1点当り5秒の時間がかかる。これに予定パック個数を掛ければ必要変動時間が出る。この変動時間を把握する事が必要です。**例えば**、出荷時に苺にバーコードをつけてもらえれば、値付けの作業がいらなくなる。POSデータの活用により正確な予定パック数が出せれば、余分な量を作らなくてすむので、作業時間を減らすことができる。これを真剣に現場の担当者、主任、店長、本部のバイヤー、改善プロジェクト委員、それぞれの立場で、「お店の作業」を減らすという改善課題にあらゆる角度から取り組み、全員で改善する。

* **講習会で学ぶ** 5月の青果部門強化講習会のメインテーマが作業改善です。作業システムを変え、作業効率の改善をし、生産性を上げることは、スーパーマーケットの優先的取り組み事項です。是非参加し、改善手法を学び、第一歩を踏み出してください。(杉田)

講習会案内

5月の講習会

講習会名 : 第113回店舗職員資格認証(初級)講習会
場 所 : 神奈川県 「全農営農技術センター」
開催期間 : 平成19年5月8日(火)~5月11日(金)4日間
申込締切日 : 平成19年4月27日(金)

講習会名 : 第53回青果部門強化講習会
場 所 : 東京都 「カワジュンショールーム」「東京都立産業貿易センター台東館」
開催期間 : 平成19年5月22日(火)~5月24日(木)3日間
申込締切日 : 平成19年5月8日(火)

申し訳ございません。第18回先進店舗視察セミナーは視察先調整のため後日、ご案内させていただきます。